

Herzlichkeitsinitiative im Oberengadin

Freude an der Herzlichkeit

St. Moritz, 06.03.2012 – Währung, Wirtschaft, Wetter – die Rahmenbedingungen im Schweizer Tourismus sind momentan nicht gerade rosig. Doch zurücklehnen und auf bessere Zeiten warten ist nicht die Lösung. Deshalb hat die Region Engadin St. Moritz eine Herzlichkeitsinitiative gestartet.

Gerade in Zeiten wie diesen heisst es, vor der eigenen Türe zu kehren. Herzlichkeit dem Gast gegenüber ist das, was viele in der Schweiz vermissen. Und die Freundlichkeit des Personals ist für Feriengäste immer noch eines der wichtigsten Kriterien. Dies haben auch Umfragen innerhalb der Destination Engadin St. Moritz ergeben. Deshalb hat sich die ganze Region aufgemacht, an sich selbst zu arbeiten und das «Projekt Herzlichkeit» gestartet.

Für Einheimische, Zugezogene und Saisonmitarbeiter

Die Idee für das Projekt entstand an einem sogenannten Markenstammtisch (einer Austauschrunde, die alle 2 Monate stattfindet) im September 2010, an dem der Umgang mit Gästen thematisiert und mit Bedauern festgestellt wurde, dass es diesbezüglich noch zu oft an Sensibilität fehlt. Eine Gruppe motivierter Oberengadiner Markenbotschafter unterschiedlicher Nationalitäten erarbeitete darauf die Grundlage für die Herzlichkeitsoffensive. Erklärtes Ziel dabei ist es, das Bewusstsein dafür zu schärfen, dass Herzlichkeit gegenüber dem Gast, aber auch im Umgang mit Einheimischen, Zugezogenen und Saisonarbeitenden von entscheidender Bedeutung ist. Wer Herzlichkeit lebt (und nicht nur predigt), fördert das Image der Marke Engadin St. Moritz – und den eigenen Erfolg. Der Startschuss zur Implementierung des Projekts fiel im Dezember 2011.

Das Allegra-Prinzip

Grundlage für das Projekt bildet ein einfaches romanisches Wort: Allegra! Was so viel bedeutet wie „Hallo“ oder „Willkommen“. Das Wort bietet eine einfache Eselsbrücke für einen bewusst herzlichen Umgang mit Gästen und unter Zugezogenen, Saisonmitarbeitern und Einheimischen. Das Allegra-Prinzip trägt dazu bei, dass der Gast die Herzlichkeit seines Gegenübers auch spürt.

A wie Augenkontakt
L wie Lächeln L wie Lass mich helfen
E wie Erwartungen übertreffen
G wie Gerne ja!
R wie Rückfragen
A wie Auf Wiedersehen, bis zum nächsten Mal!

Die Menschen sensibilisieren

Workshops tragen das Allegra-Prinzip zu den im Oberengadin Beschäftigten. Sie werden durchgeführt von Trainern unterschiedlicher Nationalitäten und Hintergründe, die ausnahmslos Markenbotschafter sind. Der Zeitaufwand für einen solchen Workshop beträgt gerade mal zwei Stunden – das Resultat soll hingegen nachhaltig sein. Bereits etliche Unternehmen haben sich und ihre Mitarbeitenden zu einem Herzlichkeits-Coaching angemeldet und bereits über 250 Personen konnten geschult werden – ein erster, wichtiger Schritt auf dem Weg zum Ziel, nicht nur die bekannteste und begehrteste, sondern auch die herzlichste Alpindestination zu werden. Mit der Aufgabe, sich genau zu überlegen, wie jeder das Allegra-Prinzip in seinem Alltag umsetzen kann und einem kleinen Taschenspiegel, auf dem das Prinzip abgebildet ist, klingt der Workshop bei den Teilnehmern lange noch nach.



Medienkontakt für weitere Informationen

Engadin St. Moritz
Sara Roloff, Head Public Relations
Via San Gian 30
CH - 7500 St. Moritz
T +41 81 830 08 12
F +41 81 830 08 18
pr@estm.ch
www.engadin.stmoritz.ch

Bildmaterial

Bilder in Magazinqualität zur redaktionellen Verwendung
erhalten Sie online unter:

www.swiss-image.ch

Username: engadinstmoritz

Passwort: corviglia

Bildnachweis: swiss-image.ch/Name des Fotografen

Tourismusorganisation Engadin St. Moritz

Diese Berge. Diese Seen. Dieses Licht! Die Region Engadin St. Moritz bietet vielfältige Sport- und Freizeitaktivitäten, Spezialitäten aus der heimischen Küche, ein wertvolles Kulturangebot und zahlreiche Veranstaltungen. St. Moritz, der schillerndsten Alpindestination der Welt einerseits und dem Engadin, dem inspirierenden Hochtal der Alpen andererseits, hat die Region ihre Anziehungskraft zu verdanken. Die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz ist in definierten Zielmärkten für die Vermarktung der Angebote der gesamten Destination verantwortlich. Insgesamt beschäftigt die Tourismusorganisation Engadin St. Moritz rund 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.